

A INFLUÊNCIA DA ILUMINAÇÃO ARTIFICIAL EM PROJETOS LUMINOTÉCNICOS DE CENOGRAFIA

THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL LIGHTING ON SCENOGRAPHY LIGHTING PROJECTS

¹POLETO, J. A. G.; ²PIRES, N.; ³MURILHA, D.

^{1,2 e 3} Departamento de Design de Interiores e Arquitetura e Urbanismo – Centro Universitário das Faculdades Integradas de Ourinhos - UniFIO/FEMM.

RESUMO.

A luz cinematográfica afeta os sentimentos do telespectador, levando a uma maior imersão nas produções, tendo em vista que a luz, em certos casos, se faz tão presente a ponto de ser a peça fundamental da cenografia em questão sem descartar os demais elementos de cenários que são projetados para apresentações dos mais variados tipos. Assim, julga-se viável expor e analisar as diferentes tonalidades, os posicionamentos e a intensidade das luzes usados em cena, além de buscar compreender como isso influencia nos sentimentos de quem assiste. O objetivo desta pesquisa é de efetuar um estudo aprofundado na iluminação e também em alguns aspectos de cenografia da obra *Stranger Things*, uma série televisiva estadunidense lançada em 2016. Portanto, tal artigo propõe demonstrar como a tonalidade da luz imposta sobre o design de interiores, é importante para contextualizar a cena, não apenas nos filmes, mas também dentro dos demais ambientes como casas, lojas ou qualquer que seja a ambientação do design de interiores. A metodologia utilizada para esta pesquisa ocorrerá através de pesquisas bibliográficas, levantamentos de dados em sites específicos que tratam deste assunto e também de um estudo de caso.

Palavras-chave: Cenografia. Iluminação Cênica. Set Design.

ABSTRACT.

Cinematographic light affects the viewer's feelings, leading to a greater immersion in the productions, considering that light, in certain cases, is so present as to be the fundamental piece of the scenography in question without discarding the other elements of cinema. scenarios that are designed for presentations of the most varied types. Thus, it is considered feasible to expose and analyze the different shades, positions and intensity of the lights used in the scene, in addition to seeking to understand how this influences the feelings of those who watch. The objective of this research is to carry out an in-depth study on lighting and also on some aspects of scenography of the work *Stranger Things*, an American television series released in 2016. Therefore, this article proposes to demonstrate how the tonality of light imposed on interior design, it is important to contextualize the scene, not only in the movies but also within other environments such as houses, stores or whatever the interior design setting. The methodology used for this research will occur through bibliographic research, data collection on specific sites that deal with this subject and also a case study.

Keywords: Scenography. Scenic Lighting. Set Design.

INTRODUÇÃO

Quando se assiste à uma obra cinematográfica percebemos que a iluminação é uma peça fundamental para composição da cenografia em questão, desde o posicionamento, intensidade e coloração da luz utilizada, principalmente quando tal elemento implica psicologicamente no telespectador.

Apesar de atualmente ser mais perceptível em filmes e séries televisivas, a manipulação da luz já era um recurso pensado para obras do século XIV quando nos

referimos às pinturas da época, que buscavam uma percepção mais dramática para as suas telas.

Ainda, segundo Kraguljac (2008), os pintores renascentistas compreendiam o efeito dramático que a luz e sombra poderiam atribuir às suas obras, assim como o efeito psicológico que as mesmas transportavam para o telespectador. Tal efeito fica evidente através da técnica *Chiaroscuro*, onde os pintores buscavam um grande contraste de luminância, ofertando um maior volume e mais dramaticidade para suas pinturas.

A partir disso, na área cinematográfica, a luminotécnica tem como o objetivo oferecer ao telespectador uma maior imersão na obra em questão tendo em vista que, segundo Guilherme Ribeiro Miranda Alves (2020), uma alteração na iluminação poderá ser um índice de uma mudança profunda na narrativa ou num personagem, por exemplo, dando uma breve indicação sobre o seu estado psíquico e influenciando, por consequência, o estado psicológico da audiência.

Sendo assim, é notável a importância da luz e como essa pode se relacionar com o telespectador ou, se tratando de ambientes residenciais, lojas e afins, as pessoas que estão em contato com o local.

A justificativa para a escolha deste tema foi a de entender como o a iluminação artificial em projetos luminotécnicos pode influenciar nas emoções, sentimentos e na percepção da obra por parte de quem à assiste.

O objetivo desta pesquisa é a de proporcionar uma reflexão e uma percepção de como a luz pode afetar uma pessoa, não apenas no cinema, mas também na residência, no comércio, hospitais ou em qualquer outro local em qual está inserida.

METODOLOGIA

Esta pesquisa abordará sobre a influência e a importância da iluminação artificial em projetos luminotécnicos de cenografias. A mesma foi desenvolvida a partir de pesquisas bibliográficas e artigos acadêmicos que discutem o assunto abordado, e tem como objetivo compreender de fato como a luz e sua manipulação pode afetar o telespectador ou a pessoa que está inserida em um determinado ambiente.

Três referências principais foram utilizadas no presente trabalho, sendo uma delas o livro intitulado de “Flexibilidade: arquitetura em movimento”, publicado em 2020 pela Appris editora e escrito por Nayara Pires, o qual discorre sobre a cenografia em espaços efêmeros. A outra referência é o livro denominado “A iluminação cênica

como dispositivo da experiência Cinestésica”, publicado em 2020 pela editora Urdimento e escrito por Marina Souza Lobo Guzzo, Dolores Galindo e Daniele Milioli. E ainda, a série televisiva estadunidense *Stranger Things*, lançada em em 2016 como uma produção original Netflix criada pelos irmãos Matt Duffer e Ross Duffer.

O presente trabalho se insere no campo da pesquisa descritiva pois foram pesquisados artigos sobre a influência da luz aplicada a cenografia, na qual, a partir da coleta das fontes citadas acima, foram efetuadas leituras e a partir das mesmas, efetuados resumos sobre como a luz é utilizada na cenografia combinada com outros elementos de cena para conseguir atingir o telespectador e como podemos trazer isso para o mundo real.

DESENVOLVIMENTO

A CENOGRAFIA

De acordo com Marques (2018), “a cenografia é o espaço cênico escolhido para ambientar a trama”. Segundo RATTO (1999, p. 22) a cenografia é parte fundamental do espetáculo. Seja no cinema, teatro ou televisão a cenografia está presente. Ratto (1999, p. 24) também diz que “a cenografia pode ser necessária, mas não é indispensável; elemento acessório, liga-se a uma realidade aparente tentando transformá-la em algo que, ilusoriamente, pretende nos fazer acreditar numa verdade absoluta, ou seja, a cenografia serve como uma representação da realidade de modo que o ator possa atuar naquele espaço”.

Os cenários seguem as exigências da dramaturgia de acordo com tempo e a temática da história. De acordo Oliveira (2013, p.14) a cenografia cinematográfica foi gerada em “três formas de arte distintas: cenografia teatral, artes decorativas e arquitetura. Outro ponto importante é que os movimentos da câmera são delimitados conforme a construção do cenário”.

De acordo com Pires (2020), “a cenografia faz parte da arquitetura efêmera e por meio dela a história ou identidade do local pode ser contada. É como no caso de teatros”.

Além disso, Pires (2020) também relata no seu livro que

A própria cenografia reproduz para o espectador a época em que a história se passa, as características do roteiro, o local em que se insere a cena e até mesmo em que período do dia todo o contexto acontece. Não somente a cenografia, mas também o figurino usado pelos atores em cena são objetos que compõe a atmosfera e contextualizam todo o universo teatral. Nota-se,

nessa breve comparação, que dentro da cenografia há dois critérios que se ligam e servem não apenas para a cenografia teatral, mas também comercial. Os elementos são: a “cenografia” e o “figurino”, dois pontos principais quando se trata de arquitetura promocional (PIRES, 2020).

A LUZ E A COR

No que diz respeito à iluminação cênica, de certa forma, assim como estímulos olfativos e sonoros, a iluminação é um elemento extremamente importante em relação à influência psicológica causada sobre um determinado indivíduo.

Segundo Descottes & Ramos (2011, p.14), a luz desempenha um papel crítico na resposta emocional num determinado espaço, além disso ainda ressalta que o medo intrínseco da escuridão ou a gravitação em direção da luz influenciou as formas nas quais a sociedade põe fé na luz como meio de estabelecer segurança e proporcionar a segurança emocional.

A partir disso, alguns aspectos da iluminação são levados em consideração para compreender a razão de induzir uma pessoa para tal estado psicológico. Para tal, ressalta-se a importância da cor que, segundo Jordan (2013), não é uma qualidade física, mas uma forma de percepção na qual todos os mecanismos físicos, químicos e psicológicos desempenham um papel, além disso, Duarte (2007) afirma que a cor introduz a dimensão sensível e emotiva na encenação das atmosferas. Ainda, segundo o livro Luz, cor, ambiente (2002), as cores produzem sensações na psicologia humana de modo que a luz, ao chegar na retina do olho, ativa os neurotransmissores do sistema nervoso central e disso decorre a ativação ou a inibição de neurônios do hipotálamo e do sistema límbico e a devida modificação dos aspectos emocionais e motivacionais físicos e psicológicos. Logo, por tal motivo, certas cores despertam fome, umas alertam e ativam ou alienam e deprime; outras acalmam, tranquilizam e alegam (Luz, cor, ambiente, 2002, p.8).

Quadro 01. O que as cores podem transmitir.

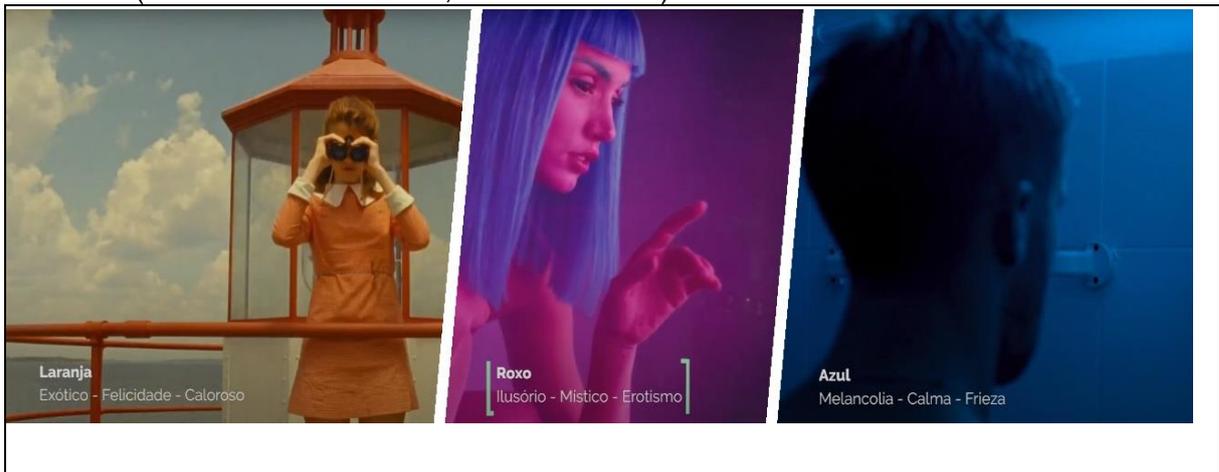
VERMELHO	Paixão/Coragem/Força/Fartura/Motivação/Fama
PINK	Amor/Doçura/Felicidade/Elevação/Ternura/Sedução
LARANJA	Entusiasmo/Exuberância/Graça/Interação/Alegria/Fascinação
VERDE	Harmonia/Recomeços/Saúde/Natureza/Crescimento/Prosperidade
AMARELO	Otimismo/Foco/Comunicação/Inspiração/Fidelidade
OURO	Riqueza/Luxo/Abundância/Influência/Sabedoria
AZUL	Imaginação/Calma/Serenidade/Relaxamento/Compaixão
VIOLETA	Paz/Intuição/Devoção/Respeito/Espiritualidade/Consciência
MARROM	Praticidade/Paciência/Sólido/Diligência/Confiabilidade
PRETO	Elegância/Proteção/Inteligência/Sofisticação/Força/Astúcia
BRANCO	Pureza/Inocência/Fé/Benevolência/Honestidade/Graça

Fonte: Silva (2017)

Dessa forma, percebe-se a utilização de algumas cores para provocar sentimentos específicos. O azul atua nos neurônios de forma mais suave, pois ajuda no equilíbrio deles, além de acalmar e ser uma cor fria, entretanto deve-se atentar para pessoas em estado de depressão uma vez que elas precisam de agitação, a cor azul poderá agravar mais os níveis da doença. O vermelho, por sua vez, eleva a pressão arterial e os batimentos cardíacos, além de provocar inquietação e agressividade. Ainda, tal cor é quente, sensual e erótica, produzindo desejos de emoções fortes e dinâmicas. A cor amarela desperta a fome (razão pela qual muitos restaurantes optam por utilizar essa coloração), além de ser uma cor alegre e extrovertida, representando uma força vital controlada. O verde é uma cor mais tranquila, pastoral e fértil, garantindo o equilíbrio das emoções. Já o violeta, desperta a espiritualidade e a introversão, além de simbolizar a dualidade e a falta de diferenciação interior. E por fim, o branco, apesar de estar relacionado com a pureza, expõe o ser humano a um número de estímulos que o cansam facilmente e ainda provoca tanto a dispersão da atenção quanto a irritabilidade, pois a cor branca reflete todos os comprimentos de ondas da luz visível, fazendo com que ocorra o estímulo psicológico de cada uma das setes radiações contidas na luz branca, de tal forma a considerar a cor branca tão vazia quanto a cor preta do ponto de vista perceptivo e psicológico. Inclusive, a cor preta é a ausência total de luz, sendo relacionada a sombra, a escuridão, a noite e assim como as nuvens escuras, pode causar um sentimento pesado (Luz, cor, ambiente, 2002).

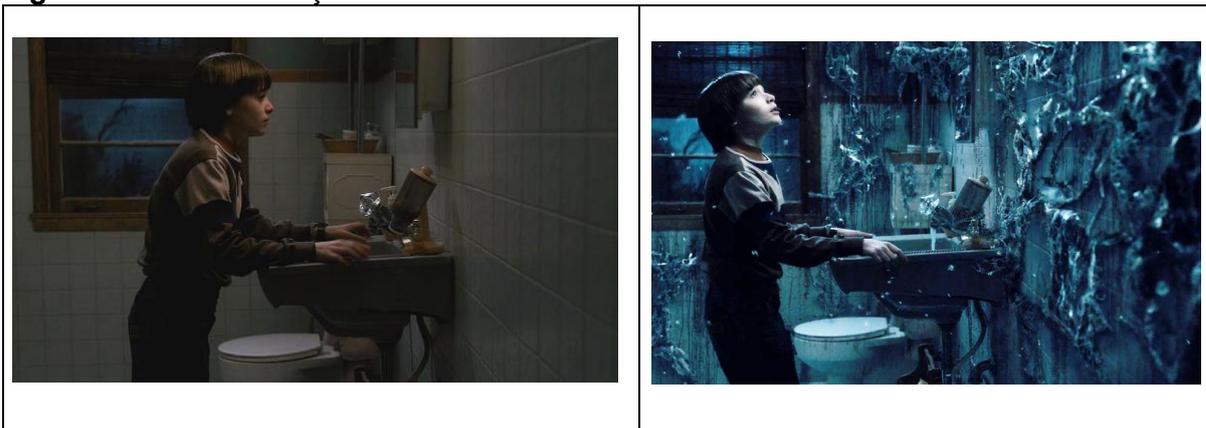
Contudo, quando se aplica no cinema, algumas cores estimulam outros sentimentos além dos citados anteriormente. Segundo o breve vídeo denominado Psicologia das cores no cinema, publicado pela ColabCine e criado por Ana Bona (Diretora de arte), o verde se relaciona com corrupção e perigo, o roxo remete ao ilusório, místico e também ao erotismo, a cor vermelha pode transferir um sentimento de poder, o amarelo a ingenuidade, insegurança e loucura, o laranja remetendo ao exótico, felicidade e algo caloroso, a coloração rosa voltado para feminilidade, doçura e beleza, e o azul por sua vez instiga uma sensação de melancolia.

Figura 02. Psicologia das cores no cinema. Fonte: Youtube.com. Psicologia das Cores no Cinema (ColabCine – Ana Bona, diretora de arte). Acessado em 05 de setembro de 2022.



Já, em relação à famosa série Norte-Americana *Stranger Things*, ocorrida nos anos 80 nos Estados Unidos, Marques (2018) relata que “na década de 80 era muito comum as crianças passarem horas brincando na casa dos amigos. Na cena em questão as crianças brincam no porão da casa do jovem Mike. A ambientação foi construída com papéis de parede com cores envelhecidas, carpete da cor azul, tapete com uma estampa envelhecida, móveis de madeira, livros antigos, e luminárias”.

Figuras 03 e 04. Alteração da cena através dos efeitos luminosos.



Fonte: Stranger Things. Série original Netflix.

Ainda, segundo Marques (2018), na série Stranger Things, “a tonalidade do cenário e da iluminação está mais escura, com pouca saturação. A paleta de cor foi escolhida por ocorrer de noite e pelo fato do episódio ser carregado de suspense”.

Já, Heller (2012) associa paletas em que “o preto se sobressai, como nas tonalidades escuras do marrom, amarelo e cinza, a um clima pesado, ou seja, por mais que seja uma cena de crianças brincando, o que irá acontecer no decorrer do episódio envolve suspense”.

Em sua pesquisa sobre a série Stranger Things, Marques (2018) também aborda que

em toda temporada analisada, Stranger Things obteve sucesso nas suas representações dos clássicos da década de 80, por meio da cenografia. A série apresenta de modo evidente uma ligação com as obras de Steven Spielberg com estrutura da cidade e das casas aparecidas; também representou infância e a juventude com era retratado na época e nos filmes, com objetos usados pelos personagens e locais onde jovens e crianças saiam para se aventurar, como os filmes desta década; Principalmente a ficção científica e o suspense representada em toda parte sobrenatural da trama usando as cores mais saturadas e frias. Contudo representando as produções cinematográficas, de modo que o público entenda que a série faz parte da temática dos anos 80 (MARQUES, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a elaboração das pesquisas sobre iluminação cênica aplicada em cenografia, pôde-se compreender a importância e a influência que a iluminação possui sobre os espaços cenográficos, proporcionando diferentes efeitos estéticos e sensações variadas às cenas em um determinado contexto artístico, seja este um filme, uma peça teatral, dentre outros eventos artísticos.

O uso das diferentes tonalidades de iluminação em cenários precisa ser planejado com muito critério porque no vídeo a cor sofre variação de tonalidade; por isso é preciso conhecer os tons que oferecem bom resultado. O azul e seus diferentes tons, por exemplo, podem ser usados em qualquer ambiente, assim como os tons pastel, ao passo que contrastes fortes devem ser usados com cuidado. É preciso também considerar o tipo de roteiro e história a ser contada, pois tudo precisa ser coerente.

Não apenas os cenários de filmes, mas o próprio design de interiores trata-se de uma composição cenográfica, que necessita de contextualização para seguir a linguagem e proposta solicitada pelo cliente. Assim como as lojas, que possuem características diferentes e buscam formas de se comunicar através do espaço.

Quando se fala em iluminação, conseqüentemente também se fala em tonalidades de cor, e todas, de formas diferentes impactam de maneiras distintas a percepção do consumidor, fazendo-o se conectar ou não com o que se vende, se assiste ou se vivencia.

REFERÊNCIAS

FELL, José Arthur. **Luz, cor, ambiente**. Ensaio sobre as cores na arquitetura. Centro Universitário Feevale. 2002.

MARQUES, Brenda Isabella Vitor. **Direção de arte da série Stranger Things**.

PIRES, Nayara. **Flexibilidade: arquitetura em movimento**/Nayara Pires. 2020. 1ª. ed. – Curitiba: Appris, 2020. 227 p.

Psicologia das Cores no Cinema. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nc3g-ZoOQj4>>. Acessado em: 05 de setembro de 2022.

UniCEUB. **Trabalho de Conclusão de Curso**. Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Taguatinga, D.F., 2018.

SILVA, Maria. **O que as cores podem transmitir**. 2017. Disponível em: <https://sites.google.com/site/guiadomesticodicas/home/ambiente>. Acesso em: 19 de setembro de 2022.